



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Universidad de La Laguna

España

Moreno-Becerra, Tabita; Gajardo-León, Constanza; Parra-Ortiz, Elizabeth
Privacidad: cómo se entiende y se gestiona en Facebook. Estudio de caso de jóvenes
chilenos

Revista Latina de Comunicación Social, núm. 71, 2016, pp. 715-729

Universidad de La Laguna

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81943468037>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

T Moreno-Becerra, C Gajardo-León, E Parra-Ortiz (2016): “Privacidad: cómo se entiende y se gestiona en Facebook. Estudio de caso de jóvenes chilenos”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 715 a 729

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1117/37es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1117](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1117)

Privacidad: cómo se entiende y se gestiona en Facebook. Estudio de caso de jóvenes chilenos

**Privacy: how it is understood and managed on Facebook.
A case study of young Chileans**

Tabita Moreno-Becerra [[CV](#)] [ [ORCID](#)] Profesor Asistente del Departamento de Comunicación Social - Universidad de Concepción, Chile - tmoreno@udec.cl

Constanza Gajardo-León [[CV](#)] [ [ORCID](#)] Profesor Asistente del Departamento de Comunicación Social - Universidad de Concepción, Chile - congajardo@udec.cl

Elizabeth Parra-Ortiz [[CV](#)] Profesor Asociado del Departamento de Comunicación Social - Universidad de Concepción, Chile - elparra@udec.cl

Abstracts

[ES] Introducción. Los usuarios de Facebook comparten continuamente variada información, incluyendo datos personales hasta su localización física. Dichas prácticas alteran el concepto de privacidad, pues los datos permanecen disponibles para los contactos pero son también muchas veces de acceso público.

Metodología. Este artículo analiza el modo en que adultos jóvenes (25-34 años), en Chile, concilian la difusión de información personal a través de Facebook con el cuidado de su privacidad. Mediante un estudio de caso se entrevistó en profundidad a 20 jóvenes de Concepción. **Resultados y conclusiones.** Los resultados muestran que los jóvenes seleccionan con cuidado la información que podrán consultar sus contactos y adoptan diferentes estrategias para proteger su información personal y definir quiénes accederán a contenido específico. En concordancia y dado ese sentido de control que consideran tener sobre la información que comparten, estos jóvenes no perciben una amenaza a su privacidad social (vigilancia social), pero desconfían y sienten amenazada su privacidad institucional (vigilancia institucional).

[EN] Introduction. Facebook users continuously share varied information, including personal data and their physical locations. These practices alter the concept of privacy because data remains available to contacts, while many times it is also of public access. **Methodology.** This article analyzes how young adults (25-34 years old) from Chile conciliate the broadcasting of personal information through Facebook while taking care of their privacy. Through a case study, 20 young

adults of Concepción were in-depth interviewed. **Results and conclusions.** The findings show that young adults carefully select the information that will be shared with their contacts, and adopt different strategies to protect their personal information and define who will be able to access specific contents. Concordantly and given a sense of control they consider to have over the information they share, these young adults do not perceive any threat to their social privacy (social surveillance), but they are mistrustful and feel their institutional privacy (institutional surveillance) is threatened.

Keywords

[ES] Facebook; privacidad; sentido de control; datos personales; medios sociales.

[EN] Facebook; privacy; sense of control; personal data; social media.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Facebook: Antecedentes generales 3. El concepto de privacidad 4. Metodología. 5. Resultados 5.1 Cómo se entiende la privacidad. 5.2. Presentación de sí mismo y privacidad. 5.3. Cómo se gestiona la privacidad 6. Discusión y conclusiones. [EN] 1. 1. Introduction. 2. Facebook: General background 3. The concept of privacy. 4. Method. 5. Results. 5.1 How privacy is understood. 5.2. Self-presentation and privacy. 5.3. How privacy is managed. 6. Discussion and conclusions

Traducción de **Tabita Moreno-Becerra** (Dra. en Comunicación Retórica y Medios Digitales – Universidad de Concepción, Chile)

1. Introducción

Los medios sociales corresponden a uno de los servicios Internet más utilizados a nivel mundial (Boyd, 2008; Boyd & Ellison, 2007; Ellison, Steinfield & Lambpe, 2007). Entendidos como aquellas “herramientas, servicios y aplicaciones que permiten a las personas interactuar con otros, utilizando tecnologías en red” (Boyd, 2008, p. 92), estos servicios son además usados en movimiento debido a su accesibilidad a través de dispositivos móviles (Humphreys, 2013). Precisamente, tecnologías de comunicación móvil, como teléfonos celulares y tabletas, han introducido una “lógica móvil” (Ling & Donner, 2009) en las interacciones de las personas, quienes mantienen expectativas de disponibilidad permanente, sin importar la localización física de cada cual.

Estas expectativas de disponibilidad constante han propiciado nuevas prácticas entre los jóvenes que diariamente se mantienen en contacto y comparten contenidos en un proceso continuo de actualización de sus perfiles en medios sociales e interacciones con otras personas físicamente cercanas y distantes, mientras se mueven a través de diferentes espacios y lugares de su vida cotidiana. La información difundida permanecerá disponible para sus contactos en medios sociales y, al mismo tiempo, quedará también registrada por diversas bases de datos.

En el caso particular de Chile, el país ocupa el cuarto lugar en uso de Internet móvil entre las naciones emergentes (Pew Research Center, 2014), y el uso de medios sociales, con un promedio de 5,3 horas por visitante al mes, sobresale entre las actividades realizadas en Internet. En efecto, más de la tercera parte de la población chilena mantiene algún perfil en medios sociales (Daie, 2012,

2013, 2014) y, puntualmente, Facebook cautiva las preferencias de los usuarios, concentrando el 94% del total de horas que pasan conectados a estos servicios (Daie, 2013).

Es así como gran parte del uso de medios sociales en general, y de Facebook en particular, hoy ocurre en movimiento a través de dispositivos móviles e integrado a los dinámicos contextos físicos y sociales de la vida cotidiana (Vladar & Fife, 2010; Plew, 2009; Urista et al., 2008; Hargittai, 2008). La actualización continua de los perfiles con una gran variedad de información, desde datos personales básicos hasta la localización física de los usuarios, altera el concepto de privacidad y plantea nuevas interrogantes en relación con la privacidad tanto *institucional* como *social* de las personas. Como establece Raynes-Goldie (2010), la *privacidad institucional* dice relación con la información que diferentes instituciones registran a través de diversas bases de datos, cuya finalidad es construir un perfil lo más acabado posible de cada persona. Dicho perfil, cada vez más exacto, facilita por ejemplo modificar la oferta publicitaria según los intereses de cada usuario, tal como lo hace hoy Facebook. Por su parte, la *privacidad social* da cuenta de la información que es compartida por los propios usuarios entre sus diversos círculos sociales, lo que se ha visto facilitado con el acceso móvil y continuo a diferentes medios sociales.

Aunque en países desarrollados la investigación relativa a medios sociales es amplia, en Chile es más bien escasa y se ha centrado en estadísticas de acceso y difusión (Daie, 2014) o la incidencia del uso de estos servicios en la participación política, especialmente entre los jóvenes (Valenzuela, Arriagada, & Scherman, 2012; Valenzuela, Arriagada, & Scherman, 2014). Es, por tanto, una deuda pendiente analizar de qué manera estos nuevos escenarios de convergencia tecnológica juegan un rol en el modo en que las personas entienden, manejan y cuidan su privacidad en un contexto que, como Höflich (2006) sostiene, “lo privado, incluso lo íntimo, es expuesto a la vista completa del ojo público” (p. 59). En consecuencia, el presente artículo da cuenta del modo en que usuarios jóvenes de Facebook en Chile reconcilian su comportamiento de difundir información personal a través de este medio con el cuidado de su privacidad.

La primera sección de este artículo sitúa el estudio dentro del contexto chileno, los antecedentes de Facebook y su uso en el país, así como el marco teórico relativo al concepto de privacidad. Luego, se detalla la metodología utilizada en este estudio, lo que es seguido por la discusión de los principales hallazgos y la manera en que éstos se conectan con la literatura existente. Finalmente, este artículo concluye que los usuarios de Facebook participantes de este estudio cuidan su privacidad y se muestran conscientes de la vigilancia social e institucional a la que están expuestos, frente a lo cual adoptan diferentes estrategias para proteger lo que ellos consideran información personal.

2. Facebook: Antecedentes generales

Facebook cuenta hoy con más de un billón de usuarios activos alrededor del mundo (Facebook, 2016). En el caso de EE.UU., más de la mitad de su población (52%) usa dos o más medios sociales, pero Facebook continúa concentrando las preferencias (Duggan, Ellison, Lampe, Lenhart & Madden, 2015). La misma tendencia se aprecia en Chile, donde el 93% de los usuarios de Internet mantiene un perfil en medios sociales, con Facebook liderando las preferencias de los usuarios (Daie, 2014). Entre los más jóvenes, por ejemplo, el 86% de aquellos entre 18 y 29 años está registrado en esta red social (Universidad Diego Portales, 2011).

La masificación de Facebook en el país se produjo en 2008, cuando en seis meses la cantidad de usuarios conectados creció en más del 2 mil por ciento, pasando de 106 mil 960 usuarios en febrero

de 2008, a 2 millones 456 mil 480 en julio del mismo año. Actualmente, y según datos de Facebook (2016), Chile cuenta con 10 millones de usuarios activos por mes, y de ellos un 76% se conecta diariamente a la plataforma, con lo que Chile aparece como uno de los países con los usuarios de Facebook más activos en América Latina.

En este contexto, los chilenos, cuya lista de contactos promedia los 325 amigos, comparten grandes volúmenes de información diariamente a través de Facebook. Pese a que la plataforma, creada en 2004 por un grupo de estudiantes de la Universidad de Harvard, liderados por Mark Zuckerberg, declara que su misión es dar poder a la gente para compartir y crear un mundo más abierto y conectado (Facebook, 2016), la percepción de los usuarios sobre el resguardo que la empresa tiene sobre sus datos se ha convertido en un tema complejo para la imagen de la compañía. Esto porque hoy los usuarios cuestionan el tratamiento y seguridad de la información personal que comparten a través de la plataforma (Rogers, 2012).

El cuidado de la privacidad cobra relevancia entonces, toda vez que el uso de medios sociales ha incrementado el volumen de información que los usuarios comparten a través de Internet. Justamente, dada la cantidad y tipo de información que las personas publican cada día, se ha llegado a afirmar que éstas no se preocupan por su privacidad. Al respecto, uno de los conceptos que ha marcado investigaciones previas sobre privacidad en medios sociales es la noción de “*paradoja de la privacidad*” (Barnes, 2006), que señala las discrepancias existentes entre el interés de las personas por su privacidad y los comportamientos reales adoptados en su cuidado, lo que significa que aunque los usuarios se preocupan por su privacidad, realizan esfuerzos mínimos (incluso nulos) para proteger su información personal. Sobre la base de esta perspectiva, Acquisti y Gross (2006) señalan que aunque la mayoría de los usuarios expresan preocupación por su privacidad en general, son inconscientes de su privacidad en Facebook y, en algunos casos, son simplemente inconscientes de la visibilidad de su información en este medio social.

Sin embargo, la actitud de los usuarios de Facebook con respecto a su privacidad ha cambiado con el tiempo (Utz & Krämer, 2009). En la actualidad, los usuarios modifican las configuraciones ofrecidas por defecto en estos servicios, lo que ha llevado a un aumento significativo en el uso de controles de privacidad (Stutzman & Kramer-Duffield, 2010) y usuarios de medios sociales más activos a la hora de configurar y manejar sus cuentas (Pew Research Center, 2012).

Si bien los usuarios muestran mayor conciencia y cuidado de la configuración de privacidad de sus cuentas, Facebook ha modificado sistemáticamente sus políticas de privacidad, hacia un modelo menos restrictivo, y con más posibilidades de revelar las acciones que realizan sus usuarios diariamente. Estas constantes modificaciones han provocado preocupación entre los usuarios, quienes instan a sus contactos a resguardar celosamente sus datos (Rogers, 2012).

En general, a los usuarios les inquieta que “la compañía está erosionando la privacidad y haciendo pública información sustancial” de sus vidas (Rothery, 2010, p. 23). No obstante y a pesar que existe una conciencia por salvaguardar los datos, la tarea no siempre es fácil ni clara para quienes están registrados y utilizan activamente la red social.

3. El concepto de privacidad

El concepto de privacidad es un término difícil de definir (Solove, 2008). Primero porque es un concepto social y contextualmente construido, lo que significa que es entendido de manera diferente

en lugares y contextos distintos (Dourish & Bell, 2011). Segundo, el concepto de privacidad se encuentra estrechamente vinculado al de confianza (Seigneur & Jensen, 2004) porque ambos aluden a la información que se conoce o comparte sobre otros. Si por un lado resulta necesario compartir información para generar confianza, la privacidad apunta, por el contrario, a proteger y contener dicha información. Mientras más información se comparte, más aumenta la confianza, pero al mismo tiempo disminuye el nivel de privacidad. Por último, privacidad corresponde a un sentido de control sobre la situación social, la información que se comparte y quiénes accederán a dicha información (Boyd, 2008).

Teniendo en cuenta que la privacidad es construida social y contextualmente, es importante entender de qué manera el concepto de privacidad ha sido entendido en Chile. La Constitución chilena establece el derecho a la privacidad de todas las personas, declarando “la inviolabilidad [...] de todas las formas de comunicación privada” (art. 19). Como en otras partes del mundo, Chile tiene importantes leyes que resguardan los datos financieros y de salud de las personas. Particularmente, la ley número 19.628 apunta a la protección de la vida privada y datos personales de las personas, especialmente aquellos datos que han sido registrados por organizaciones privadas y gubernamentales. Esta ley define como información sensible aquella relativa a aspectos personales y características morales como hábitos personales, origen racial, creencia religiosa, estado de salud físico y psicológico, vida sexual, ideología y opiniones políticas. Es una ley orientada a proteger a las personas de la vigilancia ejercida por las instituciones que registran sus datos y, por tanto, centrada en la protección de la *privacidad institucional* sin considerar la *privacidad social* y, por consiguiente, la vigilancia ejercida por amigos, conocidos, colegas u otros. Actualmente, dicha normativa se encuentra en evaluación ya que observadores de la OCDE han señalado la relevancia de adecuar la legislación a los estándares del organismo internacional que resguarda celosamente la información privada.

Por tanto, el concepto de privacidad necesita ser entendido conceptualmente como un proceso social y contextualmente construido, a partir del balance entre lo privado y lo que se difunde, con un claro sentido de control sobre aquella información que se transmite y con quienes se comparte. En este marco, resulta relevante comprender de qué manera estos tres elementos son considerados en los comportamientos del usuario de Facebook cuando difunde información y, al mismo tiempo, se preocupa por salvaguardar sus datos personales. Se trata, en definitiva, de examinar cómo el nivel de preocupación por el cuidado de la privacidad determina las prácticas de compartir información personal a través de Facebook, así como las medidas adoptadas para resguardar el cuidado de dicha información y, por tanto, la privacidad.

4. Metodología

Esta investigación corresponde a un estudio exploratorio y de carácter cualitativo, cuyos datos fueron recabados a través de entrevistas en profundidad, aplicadas a veinte adultos jóvenes, usuarios de Facebook y residentes de Concepción, Chile. A partir de una muestra por criterio, se seleccionaron jóvenes adultos (25 - 34 años), que utilizaran Facebook y algún dispositivo móvil para mantenerse conectados. Esta última característica determinó que la muestra estuviera compuesta por profesionales de nivel socioeconómico medio alto, según mapa socioeconómica de Chile definido por Adimark (Adimark, 2016). Por tanto, la muestra no representa a la generalidad de la población chilena; no obstante, se debe aclarar que el estudio no pretende extraer conclusiones generalizables, sino describir una realidad nueva y que no ha sido analizada en el contexto chileno, como estrategia para sentar las bases teóricas que posteriormente orienten un estudio más amplio en el área.

La entrevista en profundidad incluyó una sección que recogía información sociodemográfica básica y otra sección destinada a conocer de qué manera los participantes entendían su privacidad y conciliaban ello con su comportamiento de compartir información en Facebook.

Sobre la base de la Teoría Fundamenta (Charmaz, 2006; Glaser & Strauss, 1967), el análisis de los datos recogidos permitió construir inductivamente el postulado teórico a partir de los temas aportados por los propios participantes del estudio. Si bien los datos provienen en su mayor parte de las entrevistas en profundidad, el análisis también incluyó aquellos datos recogidos en entrevistas situacionales de seguimiento, memes y notas de campo, en un proceso de avance en la interpretación de los datos y regreso para reformular e incorporar nuevas preguntas según los aportes de los entrevistados.

Desde las etapas iniciales del trabajo de campo, se exploraron los datos en búsqueda de códigos iniciales e ideas analíticas que guiaron la recolección y análisis subsiguientes. En esta etapa, se etiquetaron segmentos de datos, definiendo códigos iniciales e identificando temas claves. Así, los códigos iniciales emergieron desde una simple palabra o frase hasta de párrafos completos, y a partir de este proceso se detectaron segmentos de datos que permitieron identificar categorías teóricas. A partir del método comparativo constante (Glaser & Strauss, 1967), se definieron similitudes y diferencias temáticas para establecer direcciones analíticas. Luego, se utilizó codificación enfocada (Charmaz, 2006) para la integración teórica a partir de los códigos más relevantes y recurrentes sobre los cuales se desarrollaron las categorías emergentes.

Durante el proceso de codificación, reducción de codificación y vinculación de categorías, se usó el software de análisis cualitativo Atlas.ti, que facilitó el proceso de descubrimiento de temas que conectaban diferentes categorías y subcategorías. Aunque el análisis arrojó diversas categorías y temas, aquí se presentan únicamente aquellos relativos a la privacidad en el marco del uso cotidiano de Facebook.

5. Resultados

El estudio incluyó veinte participantes, cuyas edades fluctuaron entre los 25 y 33 años. 12 mujeres y 8 hombres, todos usuarios de Facebook, al que acceden indistintamente a través de dispositivos móviles (principalmente teléfono celular) y fijos (computador personal). La mayoría de los participantes (18) usa smartphones y, a través de él, se mantienen conectados a la plataforma de manera continua.

Todos los participantes de este estudio reconocen la relevancia de sus dispositivos móviles y el uso de Facebook y otros medios sociales como parte de sus actividades cotidianas y una manera de permanecer conectados pese a las distancias físicas. En este contexto de conectividad permanente, los participantes se mantienen pendientes de su privacidad en relación con sus vínculos sociales (*privacidad social*) y reportan un alto sentido de control sobre la propia información disponible a través de sus cuentas de Facebook, así como control sobre su configuración de privacidad, mucho más de lo que hacían cuando comenzaron a usar Facebook.

A continuación y tal como se señaló más arriba, este artículo detalla únicamente aquellos temas analíticos y categorías relacionados con la privacidad y el uso de Facebook. Como muestra la tabla 1, los códigos y categorías fueron agrupados en tres temáticas principales: (1) cómo se entiende la privacidad, (2) presentación de sí mismo y privacidad, y (3) cómo se gestiona la privacidad.

TABLA 1: Temas analíticos, categorías y códigos en relación con la privacidad en Facebook

TEMAS ANALÍTICOS	NOMBRE CATEGORÍA	EJEMPLO	CÓDIGOS INCLUIDOS EN CATEGORÍA
Cómo se entiende la privacidad	¿Qué se entiende por información privada?	“Información privada es algo que no quiero compartir con otros o solo con unas pocas personas de confianza. No lo sé, privacidad está relacionada a la confianza también.” (Cristina) “Lo primordial, lo privado para mí es la familia. No voy a publicar nada con respecto a mi polola.” (Carlos)	Privacidad en relación con confianza / Privacidad como información personal / Información privada / Información privada y familia
	Privacidad como sentido de control	“Es tu decisión lo que quieres compartir, y tienes que aprender cómo protegerte de la misma forma como proteges tu billetera cuando estás en la calle.” (Claudio) “No publico nada que sea embarazoso. Nada que no quisiera que viera mi jefe.” (Natalia)	Sentido de control / Qué decide NO publicar / Compartir información / Protección información personal / Preocupación por información personal
	Publicación de contenidos y vínculos sociales (privacidad social)	“No me gusta Facebook porque es demasiado chisme. Puedo buscar a una persona y allí está, su historia entera.” (Carlos) “Encuentro que, de alguna manera, Facebook es usado para curiosear también. Hay un montón de personas que no sienten nada por sus amigos de Facebook. Sólo quieren saber lo que está pasando en sus vidas.” (Claudia)	“Facebucear” / Intromisión en la vida de otros / Curiosear / Crítica al seguimiento de información de otros / Querer estar al tanto de la vida de otros
	Bases de datos Facebook y terceros (privacidad institucional)	“Tengo la sensación de que es mucho menos privado de lo que la gente probablemente piensa o percibe. Estoy segura que Facebook recolecta toneladas de información sobre nosotros y la vende.” (Lily) “No importa. Toda nuestra información está en Internet y es posible encontrarla en cualquier lugar: los bancos y grandes compañías siempre comparten sus bases de datos entre ellos. Lo único que tienes que proteger es la clave de tu cuenta bancaria.” (Claudio)	Bases de datos de Facebook / Uso de información personal por parte de terceros / Recolección de datos para su venta / Resignación frente a recopilación de datos por empresas
	Privacidad y roles en la vida	“Sí, es que yo, es que ahora me he puesto así porque, yo creo que es porque soy mamá, porque antes no lo veía así ahhh. [...] ahora, como tengo mi hijo, por lo mismo digo, no expongo tanto ni siquiera ahora la foto de mi hijo; o sea, las comparto con los míos, por eso hice otro Facebook porque a mí me gusta la privacidad. Entonces, ahora soy como partidaria de cuidarla, pero creo que es porque soy mamá.” (Paula)	Cambios de roles en la vida / Protección de la privacidad de los hijos / Protección de la privacidad de otros / Cambios en modos de uso de Facebook
Presentación de sí mismo y privacidad	Qué comparte sobre sí mismo	“Sé que algunas personas comparten todo, todo. Yo en cambio estoy consciente quién es mi audiencia y qué parte de mí quiero presentar. No comparto todo, no es mi vida entera. Es solo un personaje en línea.” (Cristina)	Presentación de sí mismo / Conciencia quiénes reciben el mensaje / Qué muestra de sí mismo / Conciencia de sí mismo
	Información personal y	“Trato de publicar solo cuestiones genéricas o entretenidas, pero nada que pueda exponer mi	Qué decide publicar / Parámetros para publicar o

	privacidad	privacidad o mi información personal.” (Paulina)	no / Grado de exposición / En qué casos publica contenidos
	Relaciones cara a cara y en Facebook	“Las personas que no filtran lo que comparten en Facebook, tampoco filtran sus comentarios en las conversaciones en línea. El comportamiento que muestran en los medios sociales es simplemente un eco de cómo es en realidad esa persona.” (Claudio)	Conversaciones cara a cara / Comportamientos a través de Facebook / Qué se comparte cara a cara / Qué se comparte en Facebook
Cómo se gestiona la privacidad	Estrategias de resguardo: Configuración de privacidad cuenta Facebook	“La otra vez modifiqué a que nada más vieran mis cosas solo mis amigos [...]. Arreglé eso porque antes lo tenía público, que cualquiera que viera mi nombre, podía revisar todo.” (Felipe)	Modificar configuración por defecto / Proteger clave de acceso / Definir cuenta con acceso privado / Restringir entradas de carácter público / Publicar fotografías con acceso privado
	Estrategias de resguardo: Publicación para destinatarios específicos	“Mi perfil de Facebook es altamente privado y comparto información sólo con mis amigos. Nunca he publicado nada con acceso público, y configuré además diferentes listas de personas para publicar algunas cosas solo para un grupo de amigos.” (Carolina)	Crear listas de contactos / Contenidos según grupos / Amigos como público de confianza
	Estrategias de resguardo: Uso diferentes medios sociales según propósitos	“Uso Facebook para contactarme con mi familia y amigos más cercanos, mientras que Twitter lo uso para publicar información más genérica y de acceso público.” (Angélica)	Para qué usa Facebook / Para qué usa Twitter / Para qué usa otros medios sociales
	Estrategias de resguardo: Uso de más de una cuenta de Facebook	“Tengo dos cuentas de Facebook. En una de ellas casi no tengo amigos y la uso solo para jugar. La otra cuenta es la real y la uso para mantenerme en contacto con mis amigos.” (Claudio)	Número de cuentas de Facebook / Por qué usa más de una cuenta en Facebook / Desde cuándo usa más de una Facebook / Cuenta para jugar en Facebook / Uso seudónimos
	Estrategias de resguardo: Actualización lista de contactos	“Generalmente reviso mi lista de amigos y borro gente con la que no estoy interactuando frecuentemente.” (Andrea)	Remover etiquetas / Bloquear contactos / Eliminar contactos
	De qué manera NO se protege la privacidad	“De repente hay gente que se mete y tienen al amigo y tienen todo ahí, todo, todo, qué hace, dónde vive; es como dejar la puerta de la casa abierta con la llave afuera.” (Martín)	Comportamientos descuidados / Poco cuidado de la información que se publica / Crítica a lo que publican otros / Información que no debería ser publicada

Fuente: elaboración propia

5.1. Cómo se entiende la privacidad

Los participantes entienden su privacidad en relación con la información que deciden publicar y aquella que prefieren mantener reservada, particularmente todo lo concerniente a la familia, parejas, amigos o personas de confianza. En este sentido, relacionan la privacidad con el nivel de confianza

hacia otros, lo que significa que prefieren compartir información solo con aquellos en quienes confían.

En relación con lo mismo, el nivel de cuidado de la privacidad se ve modificado a partir de los roles que debe asumir cada persona en la sociedad. Así por ejemplo, el convertirse en madre para Claudia significó aumentar sus medidas para resguardar la privacidad de la información que publicaba a través de Facebook o simplemente disminuir las publicaciones que realizaba a través de la plataforma. Algo similar expresan aquellos participantes que se han incorporado al mercado laboral y, por esa razón, ponen mayor atención en los contenidos que publican, pues no les gustaría que quedara disponible en Facebook alguna información que pudiera ver su superior en el trabajo.

En todas las afirmaciones de los participantes, es posible apreciar que no expresan preocupación por su privacidad pues declaran un sentido de control sobre la información que comparten con sus contactos de Facebook, especialmente porque usan este medio para mantenerse en contacto con personas que ya conocen personalmente, cara a cara y que, además, son de confianza. Por lo mismo, todos los participantes mantienen sus cuentas configuradas en modo privado y, por tanto, comparten información principalmente con su lista de contactos.

Si por un lado los participantes se muestran cuidadosos con lo que publican, por otro lado reconocen y critican el uso de Facebook para mantenerse al tanto de las actividades de otros. Así, identifican una de sus prácticas al monitorear las actividades de sus contactos en Facebook utilizando el concepto *facebucear*. Esta palabra, surgida de la combinación de los términos Facebook y bucear, es usada por los participantes para describir la manera en que utilizan la plataforma para ejercer vigilancia social propia y de otros. Con este término aluden a la revisión continua de la información publicada por sus contactos como una manera de mantenerse al tanto de lo que sucede con ellos.

En este sentido, los participantes reflexionan críticamente sobre el rol pasivo al usar Facebook, marcado por su preferencia de revisar la información de otros en lugar de producir contenidos o actualizar sus propios perfiles. Pese a que los participantes otorgan una connotación negativa a este uso y declaran que deberían evitarlo porque es visto como una intromisión en la vida de otros, lo reconocen como una práctica generalizada entre la mayoría de los usuarios de Facebook, con quienes interactúan constantemente.

Resulta relevante observar que participantes como Claudio se preocupan de igual manera por las actividades que puedan comprometer su privacidad tanto en el espacio físico como digital de su vida cotidiana. No obstante, y en general, todas las estrategias de cuidado de la privacidad mencionadas por los participantes apuntan a la protección de su *privacidad social*. De hecho, manifiestan tener control sobre los contenidos y la información personal que podrán ver sus amigos o contactos en Facebook.

Sin embargo, se muestran más pesimistas en relación con la protección de su *privacidad institucional*, aquella que puede ser ejercida verticalmente por organizaciones tanto públicas como privadas (registros de Facebook y su entrega a terceros). Aunque la ley chilena resguarda la protección de la *privacidad institucional* de sus ciudadanos, los participantes expresan estar conscientes de que su información es recolectada por instituciones privadas y públicas; y se expresan conscientes de que sus datos son registrados, almacenados y entregados a terceros por Facebook. De este modo, sienten que es muy poco lo que pueden hacer frente a ello, excepto evitar publicar aquella información que desean mantener en privado.

5.2. Presentación de sí mismo y privacidad

Como sucede en otros espacios tanto físicos como digitales, los participantes presentan una parte de su personalidad a través de Facebook, dependiendo de las circunstancias y los destinatarios de sus mensajes. Así por ejemplo, los participantes optan por publicar información positiva y más impersonal, como “debo hacer ejercicios porque comí demasiado” (Natalia) o, en general, “cuestiones genéricas o entretenidas” (Paulina). En algunos casos incluso, algunos participantes señalan crear un personaje para mostrar en medios sociales en general, y en Facebook en particular.

Estrategias como las descritas emergen en respuesta a la diversidad de audiencias (familia, amigos, colegas, etc.) que cada persona tiene a partir de su lista de contactos. Considerando esa diversidad, los participantes publican aquello que disfrutan como gustos relacionados con la literatura, música, deportes u otros, o quiénes son sus mejores amigos. Por el contrario, evitan publicar información sobre sus pueblos de origen, edad, fracasos, estados de ánimo negativos, o situaciones embarazosas. Por ejemplo, como señala Cristina, “no publicaría una foto mía despertando porque uno trata de presentar una parte agradable de sí mismo”. En consecuencia con ello, prefieren no publicar emociones porque lo consideran demasiado personal, a menos que dichas emociones sean positivas: alegría, la satisfacción de una buena conversación con alguien, la sorpresa de la visita de un amigo, entre otras.

En aquellos casos cuando la información publicada no es genérica, los participantes optan por publicar para destinatarios específicos o listas de personas determinadas, a partir de la totalidad de sus contactos. No obstante, según los participantes la información que cada usuario elige compartir constituye simplemente un reflejo de cómo es esa persona en su cotidianidad. Por tanto, alguien que no cuide sus datos en Facebook tampoco lo hará en su vida offline.

5.3. Cómo se gestiona la privacidad

Consistente con el sentido de control que los participantes declaran mantener sobre su propia información, reportan usar diferentes mecanismos para proteger de mejor manera sus datos, como configurar las opciones de privacidad de Facebook, publicar contenidos para grupos específicos y no para toda la lista de contactos, usar diferentes medios sociales para diferentes propósitos, definir si dan o no acceso público a determinada información que comparten, actualizar lista de contactos (bloquear, eliminar) e incluso mantener más de una cuenta de Facebook.

Otras estrategias mostradas por los participantes corresponden a la creación de cuentas falsas para revisar información o únicamente jugar sin ser reconocidos, el uso de seudónimos para proteger su identidad social y dificultar ser encontrados a través de motores de búsqueda, borrar publicaciones más antiguas o sus etiquetas en fotografías de otros, y agregar a su lista de contactos en Facebook únicamente a personas que han conocido previamente cara a cara.

En definitiva, los participantes del estudio se muestran conscientes de la necesidad de tomar medidas para proteger su privacidad. Por lo mismo, eligen restringir el acceso de otras personas a sus perfiles, remover sus nombres de fotografías donde han sido etiquetados o, lisa y llanamente, borrar personas desde su lista de contactos en Facebook.

Ningún participante se refiere a sí mismo como alguien que no protege su privacidad. Cada vez que señalan modos de descuidar la privacidad, hablan de terceros, cuyos comportamientos en Facebook

pondrían en peligro su información personal y, por tanto, su privacidad. La mayoría de las acciones que identifican como descuidadas dicen relación con compartir lista de amigos, publicar localizaciones de vivienda y lugares donde se encuentran físicamente, qué están haciendo en un momento dado, fotografías de los hijos, rupturas amorosas, emociones de tristeza, entre otras.

6. Discusión y conclusiones

El grupo participante de este estudio estuvo compuesto por adultos jóvenes de Concepción, Chile, quienes son usuarios frecuentes de medios sociales en general, y de Facebook en particular. Como usuarios activos de Facebook, los participantes cuidan la información que comparten y con quien lo hacen a través de este medio social. Muestran altos niveles de conciencia de los temas de privacidad y cómo resguardarla, especialmente de la vigilancia social. Para ello, modifican la configuración de privacidad de sus cuentas y adoptan diferentes estrategias para proteger sus datos personales. Los participantes no sienten que su privacidad personal sea amenazada por el uso de medios sociales, pues entienden la privacidad como un sentido de control sobre la información que publican (Boyd, 2008), mientras perciben y declaran que dicho control está en sus manos.

En concordancia con la literatura existente, las actitudes de estos usuarios en relación con la privacidad ha cambiado a través del tiempo pues ahora declaran tener más control sobre sus propios contenidos compartidos (Utz & Krämer, 2009; Tufekci, 2008). Por tanto, su actitud frente a la privacidad está relacionada con los niveles de control que perciben sobre su propia información y quiénes pueden acceder a ella (de Souza e Silva, 2012; Boyd, 2008). Sin embargo, llama la atención que por un lado los participantes declaran proteger su privacidad, conocer sus audiencias y mantener control sobre aquello que desean o no publicar, pero por otro lado critican la posibilidad de curiosear en la información de otros, cuestión que incluso es declarada como la principal actividad realizada en Facebook. Por tanto, cabe preguntarse cómo es posible conocer tantos detalles de cada persona a través de Facebook, si supuestamente están siendo muy cuidadosos respecto de lo que publican.

En este sentido, es posible vislumbrar que existe una disonancia entre aquello que los participantes declaran publicar y lo que realmente difunden a través de Facebook, pues existe más información de la que ellos señalan posible de compartir. Por lo mismo, es relevante una siguiente etapa de investigación que utilice otros instrumentos para la recolección de datos como publicaciones efectivas de los participantes así como sus interacciones con otros a través de Facebook, de manera que se pueda comparar lo que señalan publicar con lo que realmente comparten en la plataforma.

En cuanto a la vigilancia institucional, se observa que los participantes no confían en Facebook, por el uso de los datos que perciben se realiza desde la compañía. Además, se muestran conscientes de que diferentes instituciones y grandes corporaciones constantemente recogen la información personal que publican en Facebook. Al respecto, se muestran resignados, pues declaran que no lo pueden evitar y que, por tanto, la única forma de mantener algo en privado es simplemente no publicarlo en la red.

Los hallazgos de este estudio, en definitiva, indican cómo este grupo de adultos jóvenes concilia sus prácticas móviles de uso de Facebook y de compartir información con el cuidado de su privacidad. Sin embargo, investigaciones futuras deberían incluir otras técnicas para la recolección de datos, ampliar el número de participantes, así como considerar una muestra más variada según nivel socioeconómico y educacional de los mismos, especialmente considerando que en Chile el uso de

tecnologías de información y comunicación es altamente influenciado por diferencias económicas y educacionales (Canessa, Maldifassi & Quezada, 2011). Esto cobra relevancia en Chile donde la distribución desigual del ingreso determina un acceso y apropiación de tecnologías también desigual (OECD, 2013).

De hecho, la mayoría de los participantes de este estudio muestran alto acceso a tecnologías debido a su mejor realidad económica y educacional. Por lo mismo, resulta imprescindible revisar de qué manera se comportan personas de un nivel socioeconómico y educacional más bajo, a fin de evaluar si existen diferencias sobre todo en lo que se refiere al control que mantienen cuando comparten información a través de Facebook. Del mismo modo, resultaría interesante examinar cómo responden otros grupos etarios, como por ejemplo adolescentes, a fin de determinar si se presenta en ellos también este sentido de control sobre la información que publican en medios sociales y la adopción de estrategias para resguardar su privacidad.

7. Referencias bibliográficas

- Acquisti, Alejandro, & Gross, Ralph (2006): "Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook". *PET'06 Proceedings of the 6th international conference on Privacy Enhancing Technologies*, 36-58.
- ADIMARK (2016): Mapa Socioeconómico de Chile. En http://www.adimark.cl/medios/estudios/mapa_socioeconomico_de_chile.pdf
- Barnes, S. (2006): "A privacy paradox: Social networking in the United States". *First Monday*, 11(9), Recuperado desde <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1394/1312%2523>
- Boyd, Danah (2011): "Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications". In *A networked self: Identity, community and culture on social network sites*. Zizi A. Papacharissi., Papacharissi Z. (Eds.). New York: Routledge.
- Boyd, Danah (2008): Choose your own ethnography. In boyd, d. Taken Out of Context American Teen Sociality in Networked Publics. Dissertation, Berkeley: University of California.
- Boyd, Danah & Ellison, Nicole. (2007): "Social network sites: Definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Canessa, Enrique, Maldifassi, José & Quezada, Ariel (2011): "Características sociodemográficas y su influencia en el uso de tecnologías de información en Chile". *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 10(30), 365-390.
- Constitution of the Republic of Chile, art. 19 (1980): Retrieved April 10, 2012 from http://www.bcn.cl/buscador_beta/buscador_rpta?busqueda=constitucion+de+chile&imageField.x=0&imageField.y=0&pagina=1&mindate=+&maxdate=+&sort=+&fuente=PCiudadano%2BPLegislativo%2BAsiaPacifico&b=1
- Charmaz, Kathy (2006): *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London, England: Sage Publications.

Daie, Rodrigo (2014): Futuro Digital Chile 2014. El Repaso del Año Digital y qué viene para el Año que le sigue. Retrieved from comScore Media Metrix website:

<http://www.comScore.com/esl/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2014/Chile-Digital-Future-in-Focus-2014>

Daie, Rodrigo (2013): Futuro digital - Latinoamérica 2013. En

http://www.comScore.com/lat/Insights/Events_and_Webinars/Webinar/2013/2013_Latin_America_Digital_Future_in_Focus.

Daie, Rodrigo (2012): Futuro digital - Chile 2012. En

http://www.comScore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2012/Futuro_Digital_Chile.

De Souza e Silva, Adriana & Frith, Jordan (2012): *Mobile Interfaces in Public Spaces: Locational Privacy, Control, and Urban Sociability*. New York: Routledge

Dourish, Paul & Bell, Genevieve (2011): *Divining a digital future*. Cambridge, MA: MIT Press.

Duggan, Maeve; Ellison, Nicole; Lampe, Cliff; Lenhart, Amanda & Madden, Mary (2015): Social Media Update 2014: While Facebook remains the most popular site, other platforms see higher rates of growth. En http://www.pewinternet.org/files/2015/01/PI_SocialMediaUpdate20144.pdf

Ellison, Nicole, Steinfield, Charles & Lampe, Cliff (2007): “The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network site”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168.

Glaser, Barney & Strauss, Anselm (1967): *The discovery of grounded theory; strategies for qualitative research*. Chicago, IL: Aldine.

Facebook (2016): Información de la Empresa. Newsroom. En <http://es.newsroom.fb.com/company-info/>

Hargittai, Eszter (2008): “Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites”. JCMC, 13 (1). [*Special Issue of JCMC on Social Network Sites*, Eds.: Danah Boyd and Nicole Ellison.]

Höflich, Joachim (2006): “The mobile phone and the dynamic between private and public communication: results of an international exploratory study”. *Knowledge, Technology & Policy*, 19(2), 58-68.

Humphreys, Lee (2013): “Mobile social media: Future challenges and opportunities”. *Mobile Media & Communication*, 1(1), 20–25. doi:10.1177/2050157912459499

Ling, Rich & Donner, Jonathan (2009): *Mobile Phones and Mobile Communication*. Cambridge: Polity Press.

OECD (2013): OECD Economic Surveys: Chile 2013, OECD Publishing. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-chl-2013-en

Pew Research Center (2014): Emerging Nations Embrace Internet, Mobile Technology. Cell Phones Nearly Ubiquitous in Many Countries. Recuperado desde <http://www.pewglobal.org/files/2014/02/Pew-Research-Center-Global-Attitudes-Project-Technology-Report-FINAL-February-13-20147.pdf>

Pew Internet & American Life Project. (2012): Privacy management on social media sites. Retrieved April 22, 2012, from <http://pewinternet.org/Reports/2012/Privacy-management-on-social-media/Summary-of-findings.aspx>

Pew Internet & American Life Project. (2010): Social media and mobile Internet use among teens and young adults. Retrieved February 18, 2010, from <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Social-Media-and-Young-Adults/Summary-of-Findings.aspx?r=1>

PLEW, Melissa (2009): “More Popular than Porn: The Incentives and Motives for Using Online Social Network Sites”. *Conference Paper presented at the annual meeting of the NCA 95th Annual Convention*, Chicago. Retrieved from http://citation.allacademic.com/meta/p367334_index.html

Raynes-Goldie, Kate (2010): “Aliases, creeping, and wall cleaning: Understanding privacy in the age of Facebook”. *First Monday*, 15(1). Retrieved from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2775/2432>

Rogers, Katie (2012): “Facebook users raise privacy concerns as company tweaks security settings”. *The Guardian*. Recuperado en <http://www.theguardian.com/technology/2012/oct/15/facebook-users-privacy-concerns-security>

Rothery, Graine (2010): “About Face, Marketing Age”. *Business & Leadership*, 4(2), 22–5.

Seigneur, Jean-Marc & Jensen, Christian (2004): “Trading Privacy for Trust”. *Lecture Notes in Computer Science*, 2995, pp. 39–107.

Solove, Daniel J. (2008): *Understanding privacy*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Stutzman, Fred & Kramer-Duffield, Jacob (2010): “Friends Only: Examining a Privacy-Enhancing Behavior in Facebook”. *CHI 2010*, 1553-1562. Recuperado desde http://fredstutzman.com/papers/CHI2010_Stutzman.pdf

Tufekci, Zeynep. (2008): “Can you see me now? Audience and disclosure regulation in online social network sites”. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 28(1), 20-36.

Universidad Diego Portales (2011): *Jóvenes, medios y participación 2011. Encuesta jóvenes y consumo de medios*. Facultad de Comunicación y Letras, Carrera de Periodismo.

Urista, Mark A.; Qingwen, Dong & Day, Kenneth. D. (2008): “Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses & Gratification Theory”. *Conference Papers - National Communication Association*, 1. Retrieved from EBSCOhost.

Utz, Sonja & Krämer, Nicole (2009): “The privacy paradox on social network sites revisited: the role of individual characteristics and group norms”. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research*

on Cyberspace, 3(2). Retrieved from
<http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2009111001>

Valenzuela, Sebastián; Arriagada, Arturo & Scherman, Andrés (2012): “The Social Media Basis of Youth Protest Behavior: The Case of Chile”. *Journal of Communication*. 62(2), 299-314.
doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x

Valenzuela, Sebastián; Arriagada, Arturo & Acherman, Andrés (2014): “Facebook, Twitter, and Youth Engagement: A Quasi-experimental Study of Social Media Use and Protest Behavior Using Propensity Score Matching”. *International Journal of Communication*. 8, 2046– 2070.

Vladar, Andrea & Fife, Elizabeth (2010): “The growth of mobile social networking in the US: How far, how fast?” *Intermedia* (0309118X), 38(3), 30-33.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

T Moreno-Becerra, C Gajardo-León, E Parra-Ortiz (2016): “Privacidad: cómo se entiende y se gestiona en Facebook. Estudio de caso de jóvenes chilenos”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 715 a 729

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1117/37es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1117](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1117)

- En el interior de un texto:

... T Moreno-Becerra, C Gajardo-León, E Parra-Ortiz (2016: 715 a 729)...

o

... T Moreno-Becerra *et al*, 2016 (715 a 729)...

Artículo recibido el 18 de mayo de 2016. Aceptado el 12 de julio.

Publicado el 25 de julio de 2016.